บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

วิธีการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การศึกษาการเปิดรับสื่อโฆษณาที่มีผลต่อทัศนคติและพฤติกรรมการใช้บริการธนาคารขนาดกลาง: กรณีศึกษาธนาคารธนชาต จำกัด (มหาชน)” เป็นการศึกษาถึงลักษณะประชากรศาสตร์ การเปิดรับสื่อโฆษณา ทัศนคติ และพฤติกรรมการใช้บริการธนาคารของลูกค้าธนาคารธนชาต โดยผู้วิจัยได้กำหนดระเบียบวิธีวิจัย ดังต่อไปนี้

รูปแบบการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ที่มุ่งอธิบายเหตุการณ์ หรือสิ่งต่าง ๆ โดยใช้ตัวเลขประกอบการวิเคราะห์และสรุปผล โดยมีแนวทางการศึกษาในลักษณะการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยเป็นการวัดผลจากกลุ่มตัวอย่างเพียงครั้งเดียวเท่านั้น โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล และ ให้กลุ่มตัวอย่างกรอกแบบสอบถามด้วยตนเอง (Self-Administered Questionnaire) แล้วนำผลข้อมูลที่ได้มาศึกษาวิเคราะห์โดยหาความสัมพันธ์ของตัวแปรต่าง ๆ โดยศึกษา ณ เวลาใดเวลาหนึ่ง (Cross Sectional Design) และสรุปผลโดยโปรแกรมทางสถิติ SPSS For Windows Version 16.0

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการธนาคารธนชาตทุกสาขา ในเขตกรุงเทพมหานคร ในช่วงตั้งแต่วันที่ 1 ธันวาคม พ.ศ. 2551 ถึงวันที่ 31 มกราคม พ.ศ. 2552 รวมระยะ เวลา 2 เดือน

การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจากการคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างตามสูตรการหาจำนวนกลุ่มตัวอย่างในกรณีไม่รู้จำนวนประชากรที่แน่นอนของ Roscoe (1987, pp. 10-11) โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ 95% ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ 5% หรือที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างต้องไม่น้อยกว่า 400 คน ซึ่งการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างมีสูตรคำนวณ ดังนี้

สูตร $n = \frac{(Z_c S)^2}{(E_m)}$

กำหนดให้ n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

Z_c = คะแนนมาตรฐานที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ต้องการ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 $Z_c = 1.96$

S = ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

E_m = ความคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่างที่ยอมรับได้

แทนคำตอบสูตรได้ผลดังนี้

$$n = \frac{(1.96\ S)^2}{(S/10)}$$

$$= (1.96 \times 10)^2$$

$$= 384$$

จากการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็น 384 คน

ผู้วิจัยจึงประมาณได้กลุ่มตัวอย่าง 400 คน เพื่อลดความผิดพลาดในการเก็บข้อมูล

การสุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-Stage Sampling) ซึ่งมี 4 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยเลือกเก็บข้อมูลเฉพาะในกรุงเทพมหานครซึ่งจำแนกตามตำแหน่งที่ตั้งของพื้นที่และเขตภาคกรุงเทพมหานคร ได้ทั้งหมด 6 แห่ง (HUB1-6) และเป็นเขตภาคที่มีลูกค้าเข้ามาใช้บริการธนาคารธนชาตมากที่สุด ได้แก่

HUB ต้นสน HUB บางนา

HUB มาบุญครอง HUB งามวงศ์วาน

HUB เพชรเกษม HUB รัชดาภิเษก

ขั้นตอนที่ 2 แบ่งอัตราส่วนในการสุ่มตัวอย่างตามจำนวนสาขาของแต่ละ HUB ทั้ง 6 แห่ง จากทั้งหมด 109 สาขา (ข้อมูล ณ วันที่ 1 มกราคม 2552) เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยในสัดส่วนที่เท่าเทียมกัน (แบ่งอัตราส่วนโดยประมาณ 5:1)

2.1 HUB ต้นสน จากทั้งหมด 17 สาขา สุ่มตัวอย่างมา 3 สาขา

2.2 HUB มาบุญครอง จากทั้งหมด 26 สาขา สุ่มตัวอย่างมา 5 สาขา

2.3 HUB เพชรเกษม จากทั้งหมด 15 สาขา สุ่มตัวอย่างมา 3 สาขา

2.4 HUB บางนา จากทั้งหมด 15 สาขา สุ่มตัวอย่างมา 3 สาขา

2.5 HUB งามวงศ์วาน จากทั้งหมด 19 สาขา สุ่มตัวอย่างมา 3 สาขา

2.6 HUB รัชดาภิเษก จากทั้งหมด 17 สาขา สุ่มตัวอย่างมา 3 สาขา

ขั้นตอนที่ 3 สุ่มจับฉลากจากสาขาตัวอย่างตามสัดส่วนที่แบ่งไว้ โดยสาขาที่ทำการสุ่มจะคละกันตามขนาดของสาขา ทั้งสาขาและสาขาย่อย และกระจายเก็บข้อมูลทั่วเขตกรุงเทพมหานคร ดังนี้

3.1 HUB ต้นสน 3 สาขา คือ

สำนักต้นสน (สำนักงานสาขา HUB ต้นสน)

สาขาทองหล่อ

สาขาย่อยอโศก

3.2 HUB มาบุญครอง 5 สาขา คือ

สาขามาบุญครอง

สาขาเยาวราช

สาขาย่อยบางลำพู

สาขาย่อยเอ็มบีเค ทาวเวอร์

สาขาย่อยสยามพารากอน

3.3 HUB เพชรเกษม 3 สาขา คือ

สาขาเดอะมอลล์บางแค

สาขาย่อยถนนสิรินธร

สาขาย่อยวงเวียนใหญ่

3.4 HUB บางนา 3 สาขา คือ

สาขาซีคอนสแควร์ ศรีนครินทร์

สาขาย่อยสุขุมวิท ซอย101/1 (ปิยรมย์ เพลส)

สาขาย่อยเสรีเซ็นเตอร์

3.5 HUB งามวงศ์วาน 3 สาขา คือ

สาขาวงศ์สว่าง

สาขาย่อยเตาปูน

สาขาย่อยตลาดยิ่งเจริญ

3.6 HUB รัชดาภิเษก 3 สาขา คือ

สาขารัชดาภิเษก (อาคารกลาสเฮ้าส์)

สาขาย่อยลาดพร้าว ซอย85

สาขาย่อยนวมินทร์ ทาวน์เซ็นเตอร์

ขั้นตอนที่ 4 การสุ่มตัวอย่างแบบโควต้า (Quota Sampling) โดยเลือกเก็บข้อมูลสาขาที่แบ่งไว้ 20 สาขา สาขาละ 20 ตัวอย่าง จะได้ 400 ตัวอย่าง โดยแจกแบบสอบถามให้ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการในแต่ละสาขาของธนาคารธนชาต

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ มีการทดสอบสมมุติฐานของการวิจัย ซึ่งได้กำหนดตัวแปรที่เกี่ยวข้อง คือ ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) และตัวแปรตาม (Dependent Variables) ดังนี้

สมมติฐานการวิจัยที่ 1 ลูกค้าของธนาคารธนชาตที่มีลักษณะประชากรศาสตร์แตกต่างกันจะมีการเปิดรับสื่อโฆษณาของธนาคารธนชาตแตกต่างกัน

ตัวแปรอิสระ คือ ลักษณะประชากรศาสตร์ของลูกค้าธนาคารธนชาต ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน

ตัวแปรตาม คือ การเปิดรับสื่อโฆษณาของลูกค้าธนาคารธนชาต

สมมติฐานการวิจัยที่ 2 ลูกค้าของธนาคารธนชาตที่มีการเปิดรับสื่อโฆษณาของธนาคารธนชาตแตกต่างกันจะมีทัศนคติที่มีต่อธนาคารธนชาตแตกต่างกัน

ตัวแปรอิสระ คือ การเปิดรับสื่อโฆษณาของลูกค้าธนาคารธนชาต

ตัวแปรตาม คือ ทัศนคติที่มีต่อธนาคารของลูกค้าธนาคารธนชาต

สมมติฐานการวิจัยที่ 3 ทัศนคติที่มีต่อธนาคารธนชาตมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการธนาคารธนชาต

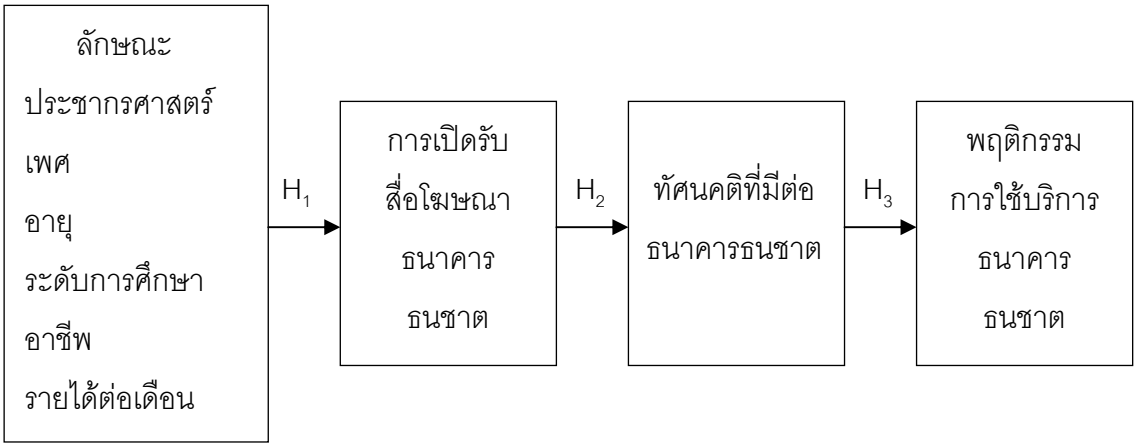
ตัวแปรอิสระ คือ ทัศนคติที่มีต่อธนาคารของลูกค้าธนาคารธนชาต

ตัวแปรตาม คือ พฤติกรรมการใช้บริการธนาคารของลูกค้าธนาคารธนชาต

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ มุ่งศึกษาความสัมพันธ์ของตัวแปรโดยมีตัวแปรที่สำคัญ ได้แก่ ตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม จากการตั้งสมมติฐาน และการกำหนดตัวแปรสามารถสรุปลักษณะความสัมพันธ์ของตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาวิจัย ได้ดังนี้

ภาพที่ 3.1
แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย



เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) จำนวน 400 ชุด โดยให้กลุ่มตัวอย่างกรอกแบบสอบถามด้วยตัวเอง คำถามในแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 5 ส่วน ซึ่งประกอบด้วยคำถามปลายปิด (Close-ended Questions) แบบเลือกตอบ (Multiple Choice) ในส่วนที่ 1 ถึงส่วนที่ 4 และคำถามปลายเปิด (Open-ended Questions) ในส่วนที่ 5

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 5 ข้อ ได้แก่

1.1 เพศ แบ่งเป็น

(1) ชาย

(2) หญิง

1.2 อายุ แบ่งเป็น

(1) 21-25 ปี

(2) 26-30 ปี

(3) 31-35 ปี

(4) 36-40 ปี

(5) 41-45 ปี

(6) 46-50 ปี

(7) 50 ปีขึ้นไป

1.3 ระดับการศึกษา แบ่งเป็น

(1) ต่ำกว่าปริญญาตรี

(2) ปริญญาตรี

(3) สูงกว่าปริญญาตรี

1.4 อาชีพ แบ่งเป็น

(1) นักศึกษา

(2) ข้าราชการ

(3) พนักงานรัฐวิสาหกิจ

(4) พนักงานบริษัทเอกชน

(5) พ่อบ้าน / แม่บ้าน

(6) ข้าราชการบำนาญ / เกษียณ

(7) ประกอบธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย

(8) รับจ้าง / อิสระ

(9) ว่างงาน

(10) อื่นๆ โปรดระบุ .....

1.5 รายได้ต่อเดือน แบ่งเป็น

(1) น้อยกว่า 10,000 บาท

(2) 10,001-15,000 บาท

(3) 15,001-20,000 บาท

(4) 20,001-25,000 บาท

(5) 25,001-30,000 บาท

(6) 30,001-35,000 บาท

(7) มากกว่า 35,001 บาท

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับการการเปิดรับสื่อโฆษณาของกลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วยคำถามจำนวน 9 ข้อ (แบบสอบถามข้อที่ 6-14) ซึ่งคำถามข้อที่ 6 และ ข้อ 7 ลักษณะคำถามเป็นการวัดความถี่ของระดับการเปิดรับสื่อประเภทต่าง ๆ 5 ระดับ จากมากไปหาน้อย โดยผู้วิจัยได้กำหนดค่าคะแนน ดังนี้

ทุกวันต่อสัปดาห์	กำหนดให้ 5 คะแนน
5-6 ครั้ง ต่อสัปดาห์ (เกือบทุกวัน)	กำหนดให้ 4 คะแนน
3-4 ครั้ง ต่อสัปดาห์	กำหนดให้ 3 คะแนน
1-2 ครั้ง ต่อสัปดาห์ (นาน ๆ ครั้ง)	กำหนดให้ 2 คะแนน
ไม่เคย	กำหนดให้ 1 คะแนน

พิสัยของคะแนนเฉลี่ย = คะแนนสูงสุด – คะแนนต่ำสุด

= 5-1 = 4

กำหนดระดับปริมาณการเปิดรับสื่อประเภทต่างๆ มี 5 ระดับ

อันตรภาค = พิสัย/จำนวนชั้น

= 4/5 = 0.8

โดยได้กำหนดค่าคะแนนเฉลี่ย และแปลความหมาย ดังนี้

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 4.21-5.00 หมายถึง กลุ่มตัวอย่างที่มีการเปิดรับสื่อทุกวัน

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 3.41-4.20 หมายถึง กลุ่มตัวอย่างที่มีการเปิดรับสื่อเกือบทุกวัน

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 2.61-3.40 หมายถึง กลุ่มตัวอย่างที่มีการเปิดรับสื่อปานกลาง

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.81-2.60 หมายถึง กลุ่มตัวอย่างที่มีการเปิดรับสื่อนาน ๆ ครั้ง

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.00-1.08 หมายถึง กลุ่มตัวอย่างที่ไม่มีการเปิดรับสื่อ

สำหรับคำถามข้อที่ 8-14 ลักษณะคำถามให้เลือกตอบว่า เคย หรือ ไม่เคย เปิดรับสื่อโฆษณาจากสื่อต่าง ๆ โดยผู้วิจัยได้กำหนดค่าคะแนน คือ ถ้าตอบว่า เคย กำหนดให้ 1 คะแนน และ ตอบว่า ไม่เคย กำหนดให้ 0 คะแนน

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับทัศนคติที่มีต่อธนาคารธนชาตของกลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วยคำถามจำนวน 20 ข้อ (แบบสอบถามข้อที่ 15-34) ลักษณะคำถามเป็นแบบประเมินค่า (Rating Scale) เชิงบวก ตามแบบของ Likert Scale ซึ่งแบ่งเป็นระดับความคิดเห็น 6 ระดับ จากมากไปหาน้อย โดยผู้วิจัยได้กำหนดค่าคะแนน ดังนี้

เห็นด้วยอย่างยิ่ง	กำหนดให้	5 คะแนน
เห็นด้วย	กำหนดให้	4 คะแนน
ไม่แน่ใจ	กำหนดให้	3 คะแนน
ไม่เห็นด้วย	กำหนดให้	2 คะแนน
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	กำหนดให้	1 คะแนน
ไม่มีความเห็น	กำหนดให้	0 คะแนน

พิสัยของคะแนนเฉลี่ย = คะแนนสูงสุด – คะแนนต่ำสุด

= 5-0 = 5

กำหนดระดับปริมาณทัศนคติ มี 5 ระดับ

อันตรภาค = พิสัย/จำนวนชั้น

= 5/6 = 0.83

จากนั้นนำคะแนนมารวมเพื่อหาค่าคะแนนเฉลี่ยของระดับทัศนคติที่มีต่อธนาคารธนชาตโดยได้กำหนดค่าคะแนนเฉลี่ยและแปลความหมาย ดังนี้

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 4.18-5.00	หมายถึง กลุ่มตัวอย่างที่มีทัศนคติเห็นด้วยอย่างยิ่ง
คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 3.34-4.1	หมายถึง กลุ่มตัวอย่างที่มีทัศนคติเห็นด้วย
คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 2.51-3.33	หมายถึง กลุ่มตัวอย่างที่มีทัศนคติไม่แน่ใจ
คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.68-2.50	หมายถึง กลุ่มตัวอย่างที่มีทัศนคติไม่เห็นด้วย
คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 0.84-1.67	หมายถึง กลุ่มตัวอย่างที่มีทัศนคติไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 0.00-0.83	หมายถึง กลุ่มตัวอย่างที่ไม่มีความเห็น

ส่วนที่ 4 เป็นคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการธนาคารธนชาตของกลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วยคำถามจำนวน 3 ข้อ (แบบสอบถามข้อที่ 35-37) ซึ่งคำถามข้อที่ 35 ลักษณะคำถามเป็นแบบเลือกตอบ (Multiple Choice) และ เป็นคำถามปลายเปิด ซึ่งถามเกี่ยวกับจำนวนบัญชีเงิน

ฝากของลูกค้า และ คำถามข้อที่ 36 ลักษณะคำถามเป็นการวัดความถี่ของระดับการใช้บริการ 4 ระดับ จากมากไปหาน้อย โดยผู้วิจัยได้กำหนดค่าคะแนน ดังนี้

มากกว่า 15 ครั้งต่อเดือน	กำหนดให้	4	คะแนน
11-15 ครั้งต่อเดือน	กำหนดให้	3	คะแนน
5-10 ครั้งต่อเดือน	กำหนดให้	2	คะแนน
น้อยกว่า 5 ครั้งต่อเดือน	กำหนดให้	1	คะแนน

พิสัยของคะแนนเฉลี่ย = คะแนนสูงสุด – คะแนนต่ำสุด

= 4-1 = 3

กำหนดระดับปริมาณการเปิดรับสื่อต่างๆ มี 5 ระดับ

อันตรภาค = พิสัย/จำนวนชั้น

= 3/4 = 0.75

จากนั้นนำคะแนนมารวมเพื่อหาค่าคะแนนเฉลี่ยของระดับการใช้บริการธนาคารธนชาตโดยได้กำหนดค่าคะแนนเฉลี่ย และแปลความหมาย ดังนี้

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 4.26-5.00 หมายถึง กลุ่มตัวอย่างที่มีการใช้บริการบ่อยมาก

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 3.51-4.25 หมายถึง กลุ่มตัวอย่างที่มีการใช้บริการบ่อย

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.76-3.50 หมายถึง กลุ่มตัวอย่างที่มีการใช้บริการปานกลาง

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.00-1.75 หมายถึง กลุ่มตัวอย่างที่มีการใช้บริการน้อย

สำหรับ คำถามข้อที่ 37 ลักษณะคำถามเป็นแบบประเมินค่า (Rating Scale) เชิงบวก ตามแบบของ Likert Scale ซึ่งแบ่งเป็นระดับความสนใจ 6 ระดับ จากมากไปหาน้อย โดยผู้วิจัยได้กำหนดค่าคะแนน ดังนี้

มากที่สุด	กำหนดให้	5	คะแนน
มาก	กำหนดให้	4	คะแนน
ปานกลาง	กำหนดให้	3	คะแนน
น้อย	กำหนดให้	2	คะแนน
น้อยที่สุด	กำหนดให้	1	คะแนน
ไม่มีความเห็น	กำหนดให้	0	คะแนน

พิสัยของคะแนนเฉลี่ย = คะแนนสูงสุด – คะแนนต่ำสุด

= 5-0 = 5

กำหนดระดับปริมาณความสนใจ มี 5 ระดับ

อันตรภาค = พิสัย/จำนวนชั้น

= 5/6 = 0.83

จากนั้นนำคะแนนมารวมเพื่อหาค่าคะแนนเฉลี่ยของระดับความสนใจใช้บริการธนาคารธนชาต โดยได้กำหนดค่าคะแนนเฉลี่ยและแปลความหมาย ดังนี้

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 4.18-5.00 หมายถึง กลุ่มตัวอย่างที่สนใจใช้บริการมากที่สุด

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 3.34-4.17 หมายถึง กลุ่มตัวอย่างที่สนใจใช้บริการมาก

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 2.51-3.33 หมายถึง กลุ่มตัวอย่างที่สนใจใช้บริการระดับปานกลาง

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.68-2.50 หมายถึง กลุ่มตัวอย่างที่สนใจใช้บริการน้อย

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 0.84-1.67 หมายถึง กลุ่มตัวอย่างที่สนใจใช้บริการน้อยที่สุด

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 0.00-0.83 หมายถึง กลุ่มตัวอย่างที่ไม่มีความเห็น

ส่วนที่ 5 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่น ๆ ประกอบด้วยคำถามปลายเปิด จำนวน 1 ข้อ

การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ประเมินคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย โดยมีการทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) และ ความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม ดังนี้

1. การทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) ผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถามโดยศึกษาจากหนังสือ เอกสาร ตำราทางวิชาการ และตรวจสอบความถูกต้องให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ แนวคิด ทฤษฎีและกรอบแนวคิดในการศึกษาวิจัยแล้วนำแบบสอบถามไปขอคำแนะนำจากอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ อาจารย์ทางการวิจัยการสื่อสาร และอาจารย์ผู้เชี่ยวชาญด้านสถิติ เพื่อพิจารณาโครงสร้างของแบบสอบถาม (Construct Validity) ความครอบคลุมในเนื้อหาและภาษาที่ใช้ (Content Validity) ในแบบสอบถาม จากนั้นจึงนำแบบสอบถามมาปรับปรุงให้มีประสิทธิภาพเป็นการทดสอบความเที่ยงตรง และ ความสมบูรณ์ของแบบสอบถามอีกครั้ง รวมถึงให้ได้คำถามที่สามารถสื่อความหมายได้ตรงกันระหว่างผู้วิจัย และผู้ตอบแบบสอบถาม

2. การทดสอบความน่าเชื่อถือ หรือความเชื่อมั่น (Reliability) ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทดลองใช้ (Try Out) โดยเลือกทำการทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นกลุ่มที่ใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างจริงเป็นการทดสอบก่อน (Pre-Test) จำนวน 40 ชุด แล้วนำแบบสอบถามนั้นมาวิเคราะห์หาค่าความเที่ยงตรง และตรวจสอบความสัมพันธ์เกี่ยวข้อง (Relevance) ของเนื้อหา

และความเชื่อถือได้ เฉพาะในส่วนที่มีลักษณะคำถามเป็นแบบประเมินค่า (Rating Scale) ตามแบบของ Likert Scale โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟา (Coefficient Alpha) ของคอนบราค (Cronbach Alpha Formula) ดังนี้

ผลจากการคำนวณหาค่าความเชื่อมั่นในส่วนของทัศนคติที่มีต่อธนาคารธนชาตเท่ากับ 0.933 และส่วนพฤติกรรมการใช้บริการธนาคารของลูกค้าธนาคารธนชาตเท่ากับ 0.911 หมายความว่า โดยภาพรวมทั้ง 2 ส่วนแบบสอบถามนี้มีความน่าเชื่อถืออยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง โดยจำแนกแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาวิจัยเป็น 2 ส่วน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทุติยภูมิ ซึ่งเป็นข้อมูลจากเอกสาร (Documentary Research) ได้แก่ ข้อมูลรายงานประจำปี บริษัททุนธนชาต จำกัด (มหาชน) (2548 - 2550), วารสารรายเดือนภายในองค์กร (วารสาร ธ สายใย) และการสืบค้นข้อมูลจากเว็บไซต์ของธนาคาร (www.thanachart.co.th) รวมถึงข้อมูลจากเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ตำราวิชาการ บทความ วารสาร นิตยสาร แผ่นพับ ใบปลิว ป้ายโฆษณา เป็นต้น

ส่วนที่ 2 ข้อมูลปฐมภูมิ ซึ่งเป็นข้อมูลจากแบบสอบถาม (Questionnaire) โดยให้กลุ่มตัวอย่างกรอกแบบสอบถามด้วยตนเอง จำนวน 400 ชุด โดยเก็บข้อมูลในช่วงตั้งแต่ วันที่ 1 ธันวาคม พ.ศ. 2551 ถึงวันที่ 31 มกราคม พ.ศ. 2552 รวมระยะเวลา 2 เดือน

กรรมวิธีทางข้อมูล

เมื่อเก็บรวบรวมแบบสอบถามทั้งหมด 400 ชุด แล้วนำมาตรวจสอบความถูกต้อง (Accuracy) และความครบถ้วน (Completeness) ของข้อมูลแล้ว จึงดำเนินการเกี่ยวกับข้อมูล ดังนี้

1. ให้คะแนนและลงรหัส (Coding) เพื่อให้ได้ข้อมูลอยู่ในรูปของตัวเลข (รหัส) ที่เครื่องคอมพิวเตอร์สามารถอ่านได้

2. นำแบบสอบถามที่ลงรหัสแล้ว ไปลงใน General Coding Sheet

3. ใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows Version 16.0 ในการป้อนข้อมูล ประมวลผล และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเพื่อการวิจัย

4. แปลความหมายข้อมูลที่ประมวลผลแล้วเพื่อทำรายงานผลการวิจัยต่อไป

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้นำผลที่เก็บรวบรวมที่ได้ทั้งหมดมาประมวลข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows Version 16.0 มาวิเคราะห์ สรุป และนำเสนอข้อมูลในรูปตารางประกอบการบรรยาย สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลมีดังนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เป็นการบรรยายข้อมูล โดยใช้ตารางแจกแจงความถี่แสดง ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Std. Deviation) เพื่ออธิบายลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ลักษณะประชากรศาสตร์ การเปิดรับสื่อโฆษณา ความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมการใช้บริการธนาคารธนชาต

2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เป็นการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานที่ตั้งไว้โดยใช้สถิติในการวิเคราะห์ ดังต่อไปนี้

สมมติฐานการวิจัยที่ 1 ลูกค้าของธนาคารธนชาตที่มีลักษณะประชากรศาสตร์แตกต่างกันจะมีการเปิดรับสื่อโฆษณาของธนาคารธนชาตแตกต่างกัน

สมมติฐานการวิจัยย่อยที่ 1.1 ลูกค้าของธนาคารธนชาตที่มีเพศแตกต่างกันจะมีการเปิดรับสื่อโฆษณาของธนาคารธนชาตแตกต่างกัน ใช้การทดสอบค่าเฉลี่ยความแตกต่างประชากร 2 กลุ่ม (Independent Sample T-Test) และใช้การทดสอบค่า t (Chi-Square)

สมมติฐานการวิจัยย่อยที่ 1.2 ลูกค้าของธนาคารธนชาตที่มีอายุแตกต่างกันจะมีการเปิดรับสื่อโฆษณาของธนาคารธนชาตแตกต่าง ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ซึ่งถ้าพบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยอย่างน้อย 1 คู่ จะใช้การเปรียบเทียบพหูคูณ (Multiple Comparison) วิธีผลต่างนัยสำคัญ (Least Significant Difference: LSD) และใช้การทดสอบค่า t (Chi-Square)

สมมติฐานการวิจัยย่อยที่ 1.3 ลูกค้าของธนาคารธนชาตที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันจะมีการเปิดรับสื่อโฆษณาของธนาคารธนชาตแตกต่างกันใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ซึ่งถ้าพบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยอย่างน้อย 1 คู่ จะใช้การเปรียบเทียบพหูคูณ (Multiple Comparisons) วิธีผลต่างนัยสำคัญ (Least Significant Difference: LSD) และใช้การทดสอบค่า t (Chi-Square)

สมมติฐานการวิจัยย่อยที่ 1.4 ลูกค้าของธนาคารธนชาตที่มีอาชีพแตกต่างกันจะมีการเปิดรับสื่อโฆษณาของธนาคารธนชาตแตกต่างกันใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ซึ่งถ้าพบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยอย่างน้อย 1 คู่ จะใช้การเปรียบเทียบ

พหูคูณ (Multiple Comparisons) วิธีผลต่างนัยสำคัญ (Least Significant Difference: LSD) และใช้การทดสอบค่า t (Chi-Square)

สมมติฐานการวิจัยย่อยที่ 1.5 ลูกค้าของธนาคารธนชาตที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันจะมีการเปิดรับสื่อโฆษณาของธนาคารธนชาตแตกต่างกันใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ซึ่งถ้าพบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยอย่างน้อย 1 คู่ จะใช้การเปรียบเทียบพหูคูณ (Multiple Comparisons) วิธีผลต่างนัยสำคัญ (Least Significant Difference: LSD) และใช้การทดสอบค่า t (Chi-Square)

สมมติฐานการวิจัยที่ 2 ลูกค้าของธนาคารธนชาตที่มีการเปิดรับสื่อโฆษณาของธนาคารธนชาตแตกต่างกันจะมีทัศนคติที่มีต่อธนาคารธนชาตแตกต่างกันใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ซึ่งถ้าพบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยอย่างน้อย 1 คู่ จะใช้การเปรียบเทียบพหูคูณ (Multiple Comparisons) วิธีผลต่างนัยสำคัญ (Least Significant Difference: LSD) และใช้การทดสอบค่าเฉลี่ยความแตกต่างของประชากร 2 กลุ่ม (Independent Sample T-Test)

สมมติฐานการวิจัยที่ 3 ทัศนคติที่มีต่อธนาคารธนชาตมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการธนาคารธนชาตใช้สถิติวิเคราะห์คำนวณสหสัมพันธ์ (Pearson Product Moment Correlation Coefficient)

การวิเคราะห์และสรุปผลข้อมูล

หลังจากเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม ข้อมูลที่ได้จะนำมาวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมทางสถิติ โดยใช้สถิติที่สอดคล้องจำแนกตามประเภทของข้อมูลที่มีทั้งข้อมูลเชิงคุณภาพและข้อมูลเชิงปริมาณ นำมาสรุปเป็นตารางแสดงผล และอธิบายผลเชิงพรรณนาทั้งส่วนของการสรุปผลของตัวแปรที่ศึกษาและสมมติฐานแต่ละข้อ จากนั้นอภิปรายผลเพื่อเชื่อมโยงกับวัตถุประสงค์ สมมติฐาน โดยอ้างอิงจากแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาอธิบายให้สัมพันธ์สอดคล้องกันและให้เห็นประโยชน์ของการศึกษาวิจัยครั้งนี้